



ISSN: 1858-2664

September 2005, Vol. 1, No.1

JURNAL PENYULUHAN

BEBERAPA FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN DIAKUINYA SESEORANG SEBAGAI PEMIMPIN OPINI DAN MANFAATNYA UNTUK KEGIATAN PENYULUHAN

Abdul Hanan, Ismail Pulungan dan Richard W.E Lumintang

Abstract

Opinion Leader at a certain areas, highly contributes to diffusion and adoption process, and has certain effect to social system whether the farmers rejected or accepted to a innovation. The research identified existence and function of Opinion Leader in an areas and analyzed correlated factors of recognition of Opinion Leader. Respondent were farmers of Floating Net Fish Culture at Coklat Area, Cirata Dam, District of Cianjur, West Java Province. The survey conducted since February until May 2005. The result showed that the farmers population, there were eight persons who considered by the respondents as sources of innovation and opinion. Furthermore internal characteristic had a positive value correlation among factors toward recognition level of Opinion Leader, but external characteristic showed negative correlation. Specially, the function of Opinion Leader those were strong correlation toward recognition farmers level to Opinion Leader.

Key words: Opinion leader

Pendahuluan

Masyarakat sebagai suatu sistem sosial, di dalamnya selalu terdapat orang-orang yang mampu mempengaruhi pendapat (opini) dan mempengaruhi perilaku masyarakat tersebut. Orang-orang yang memiliki kemampuan membentuk opini dan mempengaruhi pendapat suatu masyarakat oleh Rogers dan Shoemaker (1986) disebut **Pemimpin Opini** (*Opinion Leaders*) atau sering juga disebut **Tokoh Masyarakat**. Para pemimpin opini dalam proses difusi adopsi inovasi memegang peranan penting baik dalam mempercepat proses difusi adopsi, maupun dalam proses menghambatnya. Oleh sebab itu keberadaan para pemimpin opini memegang peranan penting dalam kegiatan penyuluhan.

Penyuluhan sebagai salah satu kegiatan proses difusi adopsi inovasi, memerlukan partisipasi dan kerjasama dengan para pemimpin opini, karena para pemimpin opini merupakan jembatan masuknya suatu inovasi ke dalam masyarakat. Namun

demikian seringkali para agen penyuluhan belum banyak memanfaatkan dan bekerjasama dengan para pemimpin opini, atau terjadi kekeliruan dalam menetapkan seseorang sebagai pemimpin opini. Akibat belum bekerjasamanya antara agen penyuluhan dengan para pemimpin opini, atau karena kekeliruan dalam menetapkan seseorang sebagai pemimpin opini, kegiatan penyuluhan dalam proses difusi adopsi inovasi seringkali mengalami kegagalan.

Karakteristik para pemimpin opini sehingga berperan dalam kegiatan penyuluhan diantaranya: pengenalan media (*media exposure*) yang tinggi, memiliki kewenangan, dan memiliki kemampuan menjangkau atau memasuki masyarakat pengikutnya, serta status sosial yang relatif lebih tinggi. Tingginya pengenalan media para pemimpin opini dibandingkan dengan para pengikutnya merupakan faktor diakuinya oleh masyarakat, karena para pemimpin opini menjadikan dirinya sebagai terusan bagi lewatnya inovasi ke dalam masyarakat sebagai suatu sistem sosial.

Perilaku media (*media behavior*) merupakan karakteristik pemimpin opini yang ditunjukkan antara lain oleh ciri-ciri: (1) bahwa seorang pemimpin dalam bidang tertentu lebih terbuka bagi media yang sesuai dengan bidang keahliannya, (2) seorang pemimpin opini yang pengaruhnya berkenaan dengan hal-hal yang bersifat kosmopolitan (berorientasi pada dunia di luar tempat tinggalnya), (3) pemilihan media yang bertautan dengan selera atau kepentingan.

Penelitian mengenai kepemimpinan opini ini antara lain: (1) untuk mengidentifikasi keberadaan dan fungsi pemimpin opini dalam suatu masyarakat (sistem sosial), (2) untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan karakteristik internal dan eksternal masyarakat pengikut dengan tingkat pengakuan terhadap pemimpin opini, (3) untuk mengidentifikasi dan menganalisis fungsi pemimpin opini dalam hubungannya dengan tingkat pengakuan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian merupakan kasus yang bersifat deskriptif korelasional, yaitu untuk menjelaskan beberapa karakteristik yang berhubungan dengan tingkat pengakuan masyarakat petani yang memelihara ikan di Kolam Jaring Apung (KJA) terhadap pemimpin opini.

Lokasi penelitian dengan mengambil kasus pada populasi petani ikan Kolam Jaring Apung yang ada di wilayah usaha Kolam Jaring Apung (KJA) Blok Coklat di Waduk Cirata, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Pertimbangan pemilihan lokasi adalah jumlah populasi yang memadai (98 orang petani), dan 90% petani yang mengusahakan ikan di KJA tersebut adalah penduduk asli,

serta adanya kemudahan akses informasi dari para petani untuk menunjang penelitian.

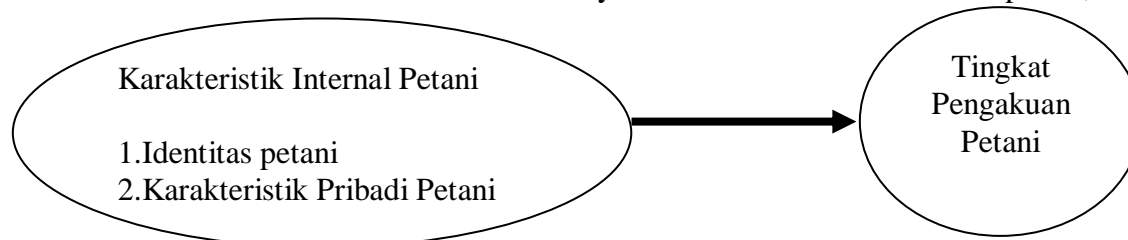
Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan kuisioner yang telah diuji reliabilitasnya terhadap responden yang dipilih menggunakan metode sampling acak sederhana (*Random Sample Sampling*), sedangkan data sekunder dikumpulkan dari Dinas Perikanan Kabupaten, Kantor Kecamatan, Kantor Kelurahan, Kelompok Tani, serta tokoh masyarakat.

Sesuai dengan tujuan penelitian, identifikasi keberadaan pemimpin opini di wilayah usaha ikan Kolam Jaring Apung Blok Coklat, menggunakan **metode Sosimetri**. Responden dipilih sebanyak 70 orang dengan pendekatan terhadap enam jenis inovasi yang berkaitan dengan usaha ikan di KJA yaitu: (1) inovasi mengenai kolam jaring apung, (2) inovasi mengenai benih ikan, (3) inovasi mengenai pakan ikan, (4) inovasi mengenai hama dan penyakit ikan, (5) inovasi mengenai cara panen dan pasca panen, dan (6) inovasi mengenai pemasaran hasil.

sedangkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara beberapa karakteristik dengan tingkat pengakuan terhadap pemimpin opini menggunakan uji **korelasi rank Spearman** pada taraf nyata 0,01 dan 0,05, dengan responden sebanyak 60 orang yang tidak terpilih sebagai pemimpin opini.

Kerangka Pemikiran Penelitian

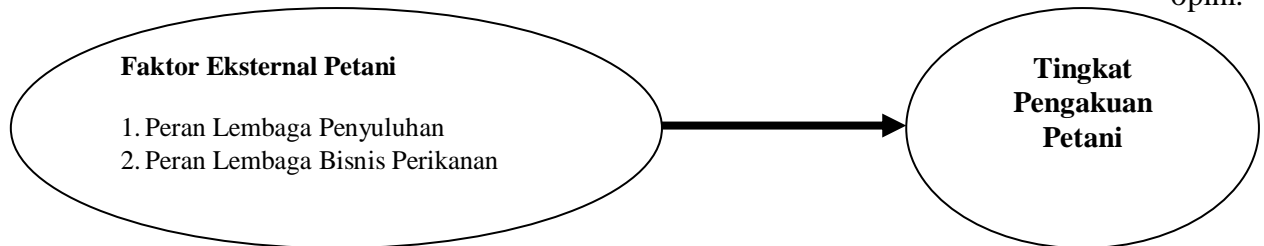
Penelitian ini bersifat deskriptif korelasional, untuk menduga keeratan hubungan antara beberapa variabel yang berhubungan dengan tingkat pengakuan petani ikan Kolam Jaring Apung (KJA) terhadap pemimpin opini. Variabel-variabel terbut yaitu: karakteristik internal petani, faktor



Gambar 1 Hubungan Korelasional Antara karakteristik Internal Petani dengan Tingkat Pengakuan Petani

eksternal petani, dan fungsi pemimpin opini.

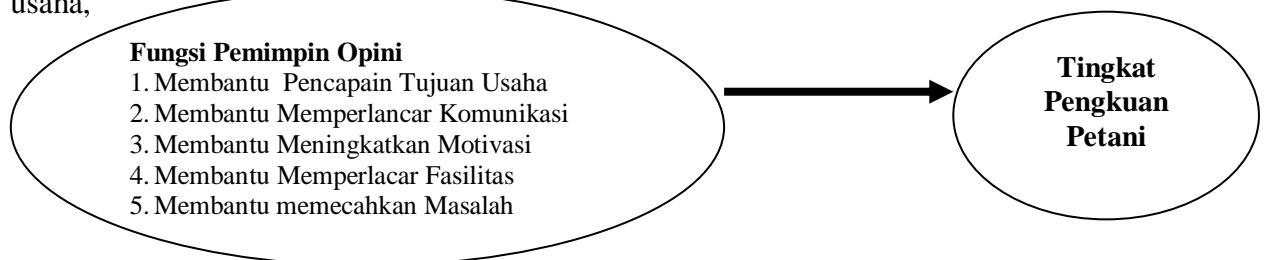
berhubungan dengan tingkat pengakuan petani terhadap keberadaan dan fungsi pemimpin opini.



Gambar 2 Hubungan Korelasional Antara Faktor Eksternal Petani dengan Tingkat Pengakuan Petani

Karakteristik internal petani yang diduga berhubungan dengan tingkat pengakuan petani terhadap pemimpin opini adalah: (1) identitas petani, yang meliputi: umur, tingkat pendidikan, tingkat pengalaman usaha,

Peran lembaga penyuluhan adalah kegiatan dalam proses difusi adopsi inovasi yang berkaitan dengan usaha ikan di KJA, sedangkan peran lembaga bisnis perikanan adalah kegiatan dalam penyediaan sarana



Gambar 3 Hubungan Korelasional Antara Fungsi Pemimpin Opini dengan Tingkat Pengakuan Petani

dan besar usaha, dan (2) karakteristik pribadi petani yang meliputi: tingkat keinovatifan, tingkat kosmopolitan, dan tingkat kebutuhan informasi.

produksi perikanan maupun kegiatan pemasaran hasil produksi ikan KJA.

Fungsi pemimpin opini adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan seseorang

Tabel 1. Sebaran Persentase Petani Kolam Jaring Apung Sebagai Pemngikut

Pemimpin Opini	Sumber Informasi Inovasi bagi Petani Pengikut dalam hal						
	Kolam Jaring Apung	Benih Ikan	Pakan Ikan	Hama/Penyakit	Panen dan Pascapanen	Pemasaran	Rata-rata
I	35.7	55.7	57.4	22.9	52.9	51.4	37.7
II	18.6	14.3	17.1	10	18.6	14.3	15.5
III	8.6	11.4	8.6	8.6	8.6	10	9.3
IV	14.3	7.1	5.7	11.4	5.7	7.1	8.6
V	11.4	8.6	7.1	14.3	10	14.3	11.1
VI	1.4	1.4	1.4	1.4	2.9	1.4	1.7
VII	4.3	1.4	2.9	31.4	1.4	1.4	7.1
VIII	5.7	0	0	0	0	0	1
Jumlah	100	100	100	100	100	100	100

Keterangan: N = 70 orang

Peran lembaga penyuluhan dan peran lembaga bisnis perikanan merupakan faktor eksternal petani ikan KJA diduga

yang diakui sebagai pemimpin opini, dan dapat dirasakan manfaatnya oleh para petani dalam menjalankan usaha ikan pada Kolam

Jaring Apung ((KJA). Terdapat lima fungsi pemimpin opini pada kegiatan usaha ikan di KJA, seperti pada Gambar 3.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identifikasi Keberadaan Pemimpin Opini

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan pada populasi petani ikan kolam jaring apung yang ada di Blok Coklat Waduk Cirata, teridentifikasi sebanyak delapan orang petani yang menjadi sumber informasi, tempat bertanya serta tempat konfirmasi bagi petani terhadap ke enam inovasi yang berkaitan dengan usaha ikan di kolam jaring apung.

Sebaran persentase petani kolam jaring apung pengikut (klik) terhadap para pemimpin opini yang diakuinya, seperti pada Tabel 1.

Pada tabel 1, dari delapan orang yang diakui sebagai pemimpin opini oleh para petani kolam jaring apung di Blok Coklat, sebanyak 37,7% petani KJA menjadi pengikut Pemimpin Opini I, sedangkan terhadap pemimpin opini lainnya menyebar dari kontinum 1% sampai 15%.

Karakteristik dari para pemimpin opini sehingga menjadi sumber informasi dan pendapat bagi pengikutnya antara lain:

- (1) Para pemimpin opini merupakan penduduk asli, dengan demikian hubungan emosional dan sosial antara pemimpin opini dengan pengikut relatif dekat.
- (2) Para pemimpin opini sebagai pedagang dan pemasok sara produksi kolam jaring apung bagi para pengikutnya, sehingga secara bisnis memiliki keterikatan hubungan.
- (3) Para pemimpin opini sebagai pembeli hasil produksi, dalam arti menjamin pemasaran hasil dari para pengikutnya, sehingga pengikut memiliki keterikatan pemasaran.
- (4) Para pemimpin opini diakui oleh pengikutnya memiliki tingkat kejujuran dalam kegiatan usaha, serta terbuka terhadap informasi.

- (5) Tingkat sosial ekonomi antara pemimpin opini dengan kebanyakan masyarakat tani ikan di KJA relatif sama.
- (6) Pera pemimpin opini diakui memiliki kredibilitas (keahlian) dalam usaha kolam jaring apung, memiliki daya tarik (kharisma) bagi pengikutnya, serta memiliki kemampuan yang lebih dalam kegiatan usaha ikan di kolam jaring apung.

Karakteristik-karakteristik itulah diantaranya yang berhubungan dengan diakuinya dan dikutinya seseorang sebagai pemimpin opini.

Karakteristik Internal Petani Kolam Jaring Apung

Umur petani kolam jaring apung teridentifikasi sebesar 63,4 % pada usia 27,5 tahun sampai 49,9 tahun, dengan umur rata-rata 38,7 tahun. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa usahatani kolam jaring apung masih diminati oleh mayoritas kaum muda yang masih produktif dalam kegiatan usaha. Hal tersebut mengindikasikan tingkat keberlanjutan usahatani kolam jaring apung memiliki masa depan yang baik.

Tingkat pendidikan petani sebanyak 78,3 % tamat pendidikan. Pendidikan petani ada yang mulai tingkat Sekolah Dasar, dan ada pula yang pendidikannya tamat Perguruan Tinggi. Indikator pendidikan ini sangat menunjang pada keberlanjutan dan keberhasilan usaha kolam jaring apung yang bersifat padat modal dan resiko yang cukup tinggi.

Pengalaman petani dalam berusaha ikan di kolam jaring apung, teridentifikasi sebesar 66,6% tingkat pengalaman dari mulai 3 tahun sampai 9,2 tahun. Hal tersebut berarti para petani sudah berproduksi ikan minimal 6 kali, dan menunjukkan usaha ikan di KJA merupakan usaha yang mampu bertahan lama.

Besar usaha teridentifikasi sebesar 81,7 % dari mulai mengusahakan sebanyak 6 kolam sampai 28 kolam. Ada kecenderungan semakin lama para petani berusaha ikan di KJA, besar usaha KJA nya semakin bertambah. Hal tersebut menunjukkan bahwa

usaha ini memberikan prospek yang baik dalam usaha.

Tingkat keinovatifan petani, yaitu kemampuan dalam menerima dan menerapkan inovasi yang berkaitan dengan kolam jaring apung, teridentifikasi sebesar 85 % pada katagori cukup tinggi, hal tersebut berkaitan dengan dukungan mayoritas petani yang masih berumur produktif, serta tingkat pendidikan yang juga memadai.

Tingkat kekosmopolitan petani KJA sebesar 55 % pada katagori cukup tinggi, yang berarti mobilitas para petani dalam mencari informasi baru keluar wilayahnya cukup tinggi. Aktivitas petani KJA berinteraksi dengan pihak-pihak yang terkait dengan usaha ikan di KJA, sangat penting, karena usaha KJA bersifat padat modal dan banyak terikat baik dengan penyedia sarana produksi perikanan KJA maupun dengan pihak pemasaran hasil.

Tingkat kebutuhan informasi yang berkaitan dengan usaha kolam jaring apung bagi petani teridentifikasi sebesar 91,7 % pada kontinum cukup membutuhkan sampai sangat membutuhkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa para petani kolam jaring apung sangat respon terhadap informasi. Informasi yang tepat dan cepat bagi para petani KJA merupakan salah satu kebutuhan yang tinggi, karena faktor informasi pada usaha KJA yang bersifat intensif sangat menunjang keberhasilan usaha.

Hubungan Antara Karakteristik Internal Petani dengan Tingkat Pengakuan terhadap Pemimpin Opini

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa tingkat pengalaman petani melakukan usaha ikan di KJA, tingkat keinovatifan petani, dan tingkat kebutuhan informasi, merupakan karakteristik internal petani ikan KJA yang berhubungan nyata dengan tingkat pengakuan petani terhadap seorang pemimpin opini. Tingginya tingkat pengalaman petani, tingkat keinovatifan petani serta tingginya tingkat kebutuhan informasi, menunjukkan bahwa para petani banyak sekali berhubungan dengan pemimpin opini yang kompeten dalam kegiatan usaha ikan di KJA, dan menjadi

sumber informasi dan konfirmasi bagi para petani. Sedangkan umur petani, tingkat pendidikan, besar usaha dan tingkat kekosmopolitan petani memiliki hubungan yang lemah dengan tingkat pengakuan petani.

Hubungan Antara Faktor Eksternal Petani dengan Tingkat Pengakuan terhadap Pemimpin Opini

Keberadaan dan peran lembaga penyuluhan, serta keberadaan dan peran lembaga bisnis perikanan di wilayah usaha ikan Blok Coklat, merupakan faktor eksternal petani yang memiliki hubungan nyata dengan kredibilitas pemimpin opini. Namun demikian korelasi yang diperoleh bersifat negatif, artinya semakin diakuinya keberadaan dan peran pemimpin opini oleh petani ikan di KJA Blok Coklat, disebabkan peran kedua lembaga tersebut semakin berkurang.

Hubungan Antara Fungsi Pemimpin Opini dengan Tingkat Pengakuan Petani terhadap Pemimpin Opini.

Fungsi pemimpin opini yang meliputi: (1) membantu pencapaian tujuan usaha, (2) membantu memperlancar komunikasi, (3) membantu memotivasi usaha, (4) membantu memperlancar fasilitas, dan (5) membantu memecahkan masalah usaha, merupakan variabel yang berhubungan nyata dengan diakuinya seseorang sebagai pemimpin opini.

Namun demikian kelima fungsi dari pemimpin opini tersebut tidak berhubungan nyata dengan faktor eksternal petani (peran lembaga penyuluhan dan peran lembaga bisnis perikanan). Dengan demikian keberadaan dan peran yang dijalankan seorang pemimpin opini terhadap petani ikan KJA sebagai pengikutnya, tidak terpengaruh oleh keberadaan dan peran kedua lembaga tersebut.

Kesimpulan

1. Masyarakat sebagai suatu sistem sosial, di dalamnya akan terdapat seseorang sebagai pemimpin opini, yang berfungsi mempengaruhi perilaku dan pendapat dari anggota masyarakat mengenai sesuatu hal yang berkaitan dengan keahliannya..

2. Tingkat pengalaman petani, tingkat keinovatifan petani, dan tingkat kebutuhan terhadap informasi yang berhubungan dengan kegiatan usahatani petani, merupakan karakteristik internal petani yang berhubungan nyata dengan tingkat pengakuan petani terhadap pemimpin opini.
3. Peran lembaga penyuluhan dan peran lembaga bisnis perikanan, merupakan faktor eksternal petani ikan Kolam Jaring Apung (KJA) yang berhubungan nyata dengan tingkat pengakuan petani terhadap pemimpin opini.
4. Diakukannya seseorang sebagai pemimpin opini berhubungan nyata dengan kredibilitas, daya tarik serta kemampuan pemimpin opini menjalankan fungsinya yang dapat dirasakan manfaatnya oleh para petani.

Rujukan

- Agresti and Filay, 1999. *Statistical Methods for the social Sciences*. Third Edition. Texas A&M University
- Kerlinger, F.N. 1996. *Azas-Azas Penelitian Behavioral*. Cetakan Kelima, Landung R Simatupang, penerjemah, Koesoemanto, seditor. Gajah mada University Press Yogyakarta. Terjemahan dari Foundation of Behavioal Research.
- Lionberger, H.F., & Gwin, P.H. 1982. *Communication Stragies*. A guide for Agricultural Change Agents. Illionis, The Interstate & Publishers, Inc.
- Muhadjir. 1987. *Kepemimpinan Adopsi Inovasi Untuk Pembangunan Masyarakat*. Rake Press Yogyakarta.
- Mosss. S & Tubbs. L.S. 2001. *Prinsip-Prinsip dasar Komunikasi*. Cetakan Ketiga. Dedy Mulyana, penerjemah. Muchlis, editor. PT Remaja Rosdakarya Bandung. Terjemahan dari Humman Communication.
- Van den ban dan H.S. Hawkins. 1999. *Penyuluhan Pertanian*. Agnes D Herdiastuti, penerjemah. Terjemahan dari Agricultural Extention (Scnd Edition). Kanasius Jakarta.